

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787121189968

10位ISBN编号：7121189968

出版时间：2013-1

出版时间：王倩 电子工业出版社 (2013-01出版)

作者：王倩

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<市场营销学教程>>

### 内容概要

王倩主编的《市场营销学教程》为适应新形势下高等院校教学改革和教学实际需要而编写，共12章，包括：导论，市场营销环境，消费者行为分析，营销信息与市场调研和预测，目标市场营销策略，产品策略，价格策略，渠道策略，促销策略，市场营销计划、组织、实施、控制和审计，服务营销，国际市场营销。

《市场营销学教程》结合实际案例和企业实践，强调市场营销理论与我国企业市场营销实践相结合，注重针对性和可操作性，适用于普通高等院校经济类、管理类专业的教学，同时适用于其他相关专业的教学，也可满足经济类、管理类从业人员后续教育培训需要与相关专业的中级职称考试教学的需要。

## &lt;&lt;市场营销学教程&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 导论 11.1 市场营销学概述 21.2 市场和市场营销 61.3 市场营销观念 10本章习题 15第2章 市场营销环境 182.1 企业与市场营销环境 202.2 宏观环境分析 222.3 微观环境分析 332.4 营销环境的分析评价及对策 35本章习题 39第3章 消费者行为分析 423.1 消费品市场及其购买行为模式 433.2 影响消费者购买行为的主要因素 453.3 消费者购买行为分析 52本章习题 58第4章 营销信息与市场调研和预测 614.1 营销信息及其管理系统 624.2 市场调研 684.3 市场预测 74本章习题 80第5章 目标市场营销策略 835.1 市场细分 845.2 目标市场选择 915.3 市场定位 95本章习题 98第6章 产品策略 1026.1 产品与产品组合 1036.2 产品的生命周期分析 1066.3 新产品开发 1126.4 品牌、商标与包装策略 117本章习题 123第7章 价格策略 1267.1 影响企业定价的因素 1277.2 定价的程序与方法 1317.3 定价的策略 1347.4 实施和应对价格变动 138本章习题 141第8章 渠道策略 1438.1 营销渠道概述 1448.2 营销渠道的性质及类型 1498.3 营销渠道的设计和建立 1528.4 营销渠道的管理 157本章习题 162第9章 促销策略 1659.1 促销与促销策略 1669.2 广告促销 1679.3 销售促进 1689.4 公共关系促销 1719.5 人员推销 174本章习题 180第10章 市场营销计划、组织、实施、控制和审计 18210.1 市场营销计划 18310.2 市场营销组织 18710.3 市场营销实施 19410.4 市场营销控制和审计 197本章习题 201第11章 服务营销 20311.1 服务营销概述 20411.2 服务营销组合策略 20411.3 服务质量管理策略 208本章习题 214第12章 国际市场营销 21612.1 国际市场营销概述 21712.2 国际市场营销环境的内容 21912.3 进入国际市场的途径 22512.4 国际市场营销策略 228本章习题 230参考文献 233

## <<市场营销学教程>>

### 编辑推荐

王倩主编的《市场营销学教程》共12章，内容包括：导论，市场营销环境，消费者行为分析，营销信息与市场调研和预测，目标市场营销策略，产品策略，价格策略，渠道策略，促销策略，市场营销计划、组织、实施、控制和审计，服务营销；国际市场营销。

本书结合实际案例和企业实践，强调市场营销理论与我国企业市场营销实践相结合，注重针对性和可操作性，旨在教学环节中培养学生的动脑思考能力和动手操作能力，为全面提高学生分析问题、解决问题的能力做积极的探索和努力。

本书是高等学校“十二五”应用型经管规划教材基础课系列之一，适用于普通高等院校经济类、管理类专业的教学，也适用于其他相关专业的教学，还可满足经济类、管理类从业人员后续教育培训需要与相关专业的中级职称考试教学的需要。

<<市场营销学教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>